

## **9. SEMESTER**

### **KOMPETENZBEREICH ENTREPRENEURSHIP**

#### **I Unternehmensgründung: der Weg in die Selbstständigkeit**

##### **Grundvoraussetzungen für die Unternehmensgründung**

- 1 Gründungswille
- 2 Geschäftsidee
- 2.1 Wege zu Geschäftsideen
  - 2.1.1 Finden eigener Geschäftsideen
  - 2.1.2 Nutzung bestehender Geschäftsideen
- 2.2 Überprüfen der Geschäftsideen
- 3 Unternehmensgründer/in
  - 3.1 Persönliche Voraussetzungen
  - 3.2 Gewerberechtliche Voraussetzungen

##### **Von der Idee zum Businessplan**

- 1 Funktionen des Businessplans
- 2 Struktur und Inhalt des Businessplans

#### **II Marketing**

##### **Der Kunde im Mittelpunkt**

- 1 Was ist Marketing?
- 2 Wie man im Marketing ans Ziel kommt
- 3 Ziele des Marketings
- 4 Marketingstrategien als Wege zu Marketingzielen
- 5 Umsetzung der Marketingstrategien durch Marketinginstrumente
  - 5.1 Marktforschung als Grundlage
  - 5.2 Aufgaben der Marktforschung
  - 5.3 Marktforschungsmethoden
    - 5.3.1 Sekundärforschung
    - 5.3.2 Primärforschung

##### **Instrumente des Marketings**

- 1 Produkt- und Sortimentspolitik
- 1.1 Kunden- und marktgerechte Gestaltung von Produkten
  - 1.1.1 Nutzen eines Produkts
  - 1.1.2 Gestaltungselemente eines Produkts
- 1.2 Produktanalyse
  - 1.2.1 Produktlebenszyklus
  - 1.2.2 Portfolioanalyse
- 1.3 Instrumente der Produktpolitik
- 1.4 Gestaltung des Produktprogramms (Sortiments)

2	Preis- und Konditionenpolitik	47
2.1	Bedeutung des Preises im Marketing	47
2.2	Orientierungsgrößen der Preisbestimmung	48
2.3	Preisstrategien	49
2.4	Konditionenpolitik	51
7	3 Distributionspolitik (Vertriebspolitik)	52
	3.1 Auswahl von Absatzwegen und Absatzorganen	53
8	3.2 Marketinglogistik: Organisation von Transport und Lagerung	54
9	4 Kommunikationspolitik	55
10	4.1 Corporate Identity: übergreifende Kommunikationsstrategie	56
11	4.2 Werbung	57
12	4.2.1 Aufgaben und Ziele der Werbung	57
12	4.2.2 Formen der Werbung	58
15	4.2.3 Strategien und Techniken der Werbepsychologie	58
15	4.2.4 Werbeplanung	59
16	4.2.5 Werbung kritisch betrachtet	62
21	4.3 Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations)	64
22	4.4 Verkaufsförderung (Salespromotion)	65
22	4.5 Personal Selling	65
22	4.6 Messen	66
22	4.7 Sponsoring	66
25	4.8 Eventmarketing	67
26	<b>III Unternehmensführung</b>	71
27	<b>Unternehmensführung (Management) im Überblick</b>	72
27	<b>Normatives Management</b>	75
28	1 Vision	76
28	2 Mission	77
	3 Unternehmensphilosophie	77
31	4 Unternehmensziele	79
32	4.1 Unternehmensziele, an denen sich Unternehmen orientieren sollen	79
33	34 4.2 Richtiges Formulieren von Zielen	81
34	5 Unternehmensleitbild	82
35	<b>Managementprozess: strategisches und operatives Management</b>	86
39	40 1 Planung	87
	1.1 Strategische Planung	87
40	1.1.1 Externe Analyse	88
40	1.1.2 Interne Analyse	91
41	1.1.3 SWOT-Analyse	92
42	1.1.4 Entwicklung möglicher Strategien	93
42	1.2 Operative Planung	96
43	44 2 Entscheidungen treffen	98
	3 Steuerung und Organisation	99
46	3.1 Aufbauorganisation	99

3.1.1	Elemente der Aufbauorganisation	99	<b>10. SEMESTER</b>	
3.1.2	Zentrale oder dezentrale Organisation	101	<b>KOMPETENZBEREICH RECHNUNGWESEN</b>	
3.1.3	Formen der Aufbauorganisation (Leitungssysteme)	102	<b>UND RECHT</b>	
3.2	Ablauforganisation	107		
3.3	Informale Organisation	108	<b>IV Businessplan und Finanzierung</b>	
4	Kontrolle (Abweichungsanalyse)	110	<b>des Unternehmens</b>	155
5	Kommunikation	110		
<b>Personalmanagement</b>				
1	Personalmanagement im Überblick	114	<b>Hauptelemente eines Businessplans</b>	156
2	Personalbedarfsplanung	115	1 Struktur und Inhalt des Businessplans	157
3	Personalauswahl und -einstellung	116	1.1 Executive Summary – das Besondere auf	
3.1	Festlegung des Anforderungsprofils	117	einen Blick	157
3.2	Interne bzw. externe Personalsuche	118	1.2 Unternehmen	157
3.3	Vorauswahl: Analyse der Bewerbungs-	119	1.2.1 Unternehmens- und Gründerprofil	157
	unterlagen	121	1.2.2 Unternehmensziele	161
3.4	Auswahl durch verschiedene Auswahlverfahren	127	1.3 Produkt oder Dienstleistung	162
3.4.1	Bewerbungsgespräch (Vorstellungsgespräch)	127	1.4 Branche, Markt und Wettbewerb	166
3.4.2	Testverfahren	128	1.5 Marketing	167
3.4.3	Assessment-Center	128	1.6 Management, Schlüsselpersonen und	
3.4.4	Grafologisches Gutachten	129	Organisation	168
3.4.5	Arbeitsproben	129	1.7 Umsetzungsfahrplan	169
3.5	Personaleinstellung	129	1.8 Chancen und Risiken	170
4	Personalentwicklung	130	1.9 Finanzplanung	170
5	Personaleinsatzgestaltung	132	<b>Finanzierung des Unternehmens</b>	172
5.1	Motivation (im Überblick)	132	1 Finanzplanung	173
5.1.1	Maslow'sche Bedürfnispyramide	132	2 Kapitalbedarfsplanung	173
5.1.2	Zwei-Faktoren-Theorie von F. Herzberg	133	3 Kapitalaufbringung	175
5.2	Humanisierung des Arbeitsplatzes	134	3.1 Finanzierung mit Eigenkapital	175
6	Personalbeurteilung	137	3.2 Finanzierung mit Fremdkapital	177
6.1	Ziele und Funktionen der Personalbeurteilung	137	3.2.1 Kreditfinanzierung	177
6.2	Personen, die die Personalbeurteilung	137	3.2.2 Fremdfinanzierung mit Effekten	
	durchführen können	137	(in Form von Anleihen)	190
6.3	Mögliche Beurteilungskriterien	138	3.2.3 Bonitätsprüfung	191
6.4	Verfahren der Personalbeurteilung	138	3.3 Förderungen	192
	(Personalbeurteilungssysteme)	138	4 Liquiditätsplan	192
6.5	Beurteilungsfehler	139	<b>Entwicklung eines Businessplans</b>	196
7	Entlohnung	140	1 Tipps für die Erstellung eines erfolgreichen	
7.1	Entgeltgerechtigkeit	141	Businessplans	197
7.2	Formen der Entlohnung	141	2 Beispiel eines Businessplans	197
<b>Führung: Führungstheorien und -konzepte</b>				
1	Führungstheorien	144	<b>V Rund um die Mitarbeiterinnen</b>	
1.1	Führungsstile nach Kurt Lewin	145	<b>und Mitarbeiter</b>	205
1.2	Verhaltengitter (Managerial Grid) von	145		
	Blake und Mouton	146	<b>Grundzüge der Personalverrechnung</b>	206
2	Führungskonzepte	147	1 Beginn eines Arbeitsverhältnisses	207
			1.1 Erstellung eines Arbeitsvertrages bzw.	
			eines Dienstzettels	208
			1.2 Anmeldung bei der Sozialversicherungsanstalt	209
			1.3 Anlage eines Lohnkontos	211

<b>2</b>	<b>Erstellung einer Monatsabrechnung</b>	<b>212</b>	<b>1</b>	<b>Arbeitsrecht – wozu?</b>	<b>239</b>
2.1	Arbeitnehmeranteil zur Sozialversicherung (SV-DNA)	213	2	Individualarbeitsrecht	239
2.1.1	Zusammensetzung und Höhe des SV-DNA	214	2.1	Das Arbeitsvertragsrecht	239
2.1.2	Berechnung des SV-DNA	214	2.1.1	Das Arbeitsverhältnis	240
2.2	E-Card-Gebühr	216	2.1.2	Der Arbeitsvertrag (Dienstvertrag)	240
2.3	Berechnung der Lohnsteuer	217	2.1.3	Pflichten des Arbeitgebers	243
2.3.1	Pendlerpauschale	217	2.1.4	Pflichten des Arbeitnehmers	246
2.3.2	Freibetrag	218	2.1.5	Beendigung des Arbeitsverhältnisses	246
2.3.3	Gewerkschaftsbeitrag	219	2.1.6	Ansprüche während und nach Beendigung eines Arbeitsverhältnisses	249
2.3.4	Ermittlung der Lohnsteuer	219	2.2	Arbeitnehmerschutz	250
2.4	Ermittlung des Auszahlungsbetrags	222	2.2.1	Personenschutz	251
2.5	Abrechnung von Überstunden	223	2.2.2	Arbeitszeit und Arbeitsruhe	252
2.6	Abrechnung von Aufwandsentschädigungen	224	3	Kollektives Arbeitsrecht	254
3	Abrechnung von Sonderzahlungen	225	3.1	Berufsverfassungsrecht	255
3.1	Arbeitnehmeranteil zur Sozialversicherung bei Sonderzahlungen	226	3.1.1	Berufsverbandsrecht	255
3.2	Lohnsteuer bei Sonderzahlungen	227	3.1.2	Kollektive Rechtsgestaltung	256
3.3	Ermittlung der Auszahlungsbeträge bei Sonderzahlungen	228	3.1.3	Arbeitskampfrecht	257
4	Gesetzliche Lohn- und Gehaltsabgaben	229	3.2	Betriebsverfassungsrecht – betriebliche Mitbestimmung	257
4.1	Sozialversicherung (SV-DGA)	230	4	Arbeits- und Sozialgerichte	260
4.2	Betriebsvorsorgekasse (BV-Kasse)	230			
4.3	Dienstgeberbeitrag zum Familienlastenausgleichsfonds (DB)	231			
4.4	Zuschlag zum Dienstgeberbeitrag – Kammerumlage (DZ)	231		Stichwortverzeichnis	266
4.5	Kommunalsteuer (KommSt)	231		Bildnachweis	268
5	Besonderheiten der Lohn- und Gehaltsabrechnung	232			
5.1	Besonderheiten bei der Aufnahme eines Lehrlings	232			
5.2	Abrechnung von geringfügig Beschäftigten	233			
5.3	Freie Dienstnehmer	234			
	<b>Grundlagen des Arbeitsrechts</b>	<b>238</b>			